新聞部門

シリーズ第2部

第1席
文化シヤッター

日本列島北から南まで、大きな災害の渦に巻きこまれ想定外の被害の毎日をさ迷うさ中に4日連続で登場した文化シヤッターのシリーズ広告の衝撃の大きさは例えようがありません。紙面一杯に広がる水・炎・陽・地の文字とリアルなビジュアル、自分たちの生活の基盤を再認識し被害から身を守る備えあれば憂い無しを誰もが考えることになる。文化シヤッターの発信する貴重な警鐘を深く読み取り「エコ」と「防災」にかける企業の経験と実績、自信が伝わり、力強い後ろ盾に安堵する。

掲載日　9月11日他／スペース　全7段×4

第2席
富士通ビー・エス・シー

掲載日　7月30日他／スペース　全7段×3

「あっ！やられた！」あまり発したくない言葉だけれど今の社会ではどんどんこの言葉が広がっていく不安な時代、「あっ！危ない！」に至ってはさらに危険な人命にもかかわる状況かもしれません。さらに「あっ！置き忘れた！」単なる不注意ではすまされない現代の社会環境で聞こえてくる現実に「でも、大丈夫。」打てば響く心強い言葉の対話と、暗黒社会を象徴するような黒バックをキービジュアルで見事に安心に導く。親切な広告設計に信頼は深まる。

選評　シリーズ第1部

今年のシリーズ第1部は、3社、3件、12作品でした。シリーズ広告に取り組む発想から表現のベースが3社各々とても独創的、まさに3社3様、変化に富んだ見応えのある第1部となりました。

まず、第1席のパナソニックは、近年、地球環境問題をはじめ高齢化や医療や介護など今の時代に欠かせない大切な問題を中心に問題解決に研究開発の努力を傾け、その延長として今回は障がい者が日常の社会生活でもっと自由に生活を楽しめるかをテーマに取り組みました。長年家電で培ってきた技術を活用、解決を目指す支援の手を伸ばす企業の姿を15段3日連続で紹介しました。

第2席のトーヨーカネツソリューションズは、BtoB広告の中では異色、とてもユニークなオリジナルキャラクター「ブツリュー」君を中心に、これからの物流システムの問題点を変身したDr．ブツリュー君が現場を検証し物流の未来へと導く、15段6回のシリーズで大活躍となりました。

第3席の三菱日立ツールはBtoB紙上で型破り、稀な15段一杯の女性の目のアップ、目をキービジュアルにアップからロングと15段3回、目にこだわり抜いて目が輝くシリーズ広告に。

社会貢献の取り組み、オリジナルのキャラクター、目に徹底した展開と、3社は個性化に力を注ぎながら広告の基本は堅実に守り、ストーリー構成も完成度高くぶれないシリーズ広告に結実。シリーズ広告の可能性をさらに広げるキッカケの年となりました。

独創的な発想・表現
変化に富み見応えも

東京アートディレクターズクラブ会員
中森　陽三

選評　シリーズ第2部

シリーズ広告は実に奥が深い、思い通りに完成した時の達成感は計り知れぬほど大きいが、目標に到達することはとても難しい。イメージの統一、アイデア、ビジュアルと表現の統一を隈なく心配りして、当然スペースも頻度も計算しつくして出来上がった作品でも「何かが足りない」の追求を怠った作品は、おしくも僅差で入席を果たせず佳作と残念。

佳作の佐藤鉄工所は大型高精度加工を語るのに目立つことに徹頭徹尾こだわって新聞タテ1／3の変形。シリーズ広告の目印に英文の印南製作所は、巨大でシンプル、主張する暖色のIQのロゴを目印にモノづくりの知能指数の高さを、テーマを変え案内する女性で展開、ことばも必要最小限をタテに、最終回はモノクロの紙面に決定的に目立つ赤1色のレッドカーペットを敷き詰め文字は全て白。モノづくりの総合力を大胆に表現し、目立つ広告を完結させました。同じく佳作にしぼり込んでデザインフォーマットも統一、広告の累積効果も高めましたが一歩入席に及ばず。佳作の共和電業はモノクロで小スペースではあるがオリジナルのイラストで健闘、共和電業の誇るひずみゲージの計測で社会の安全・快適ライフを支える実力が伝わってきます。

「何かが足りない」と執拗に研鑽を積んで入席した3社と佳作の3社は共にシリーズ広告は大いに広告効果が高まることを実証しました。

表現の統一を隈なく
心配りの追求が僅差に

東京アートディレクターズクラブ会員
中森　陽三

第3席
富士通エフサス

掲載日　12月19日他
スペース　全7段×4

日刊工業新聞の「深層断面」のすぐ直下に注目度の高い7段で4日連続の掲載、support&innovateのキーワードを目印に働き方改革はオフィス環境からと積極的なアドバイスを展開。左のモノクロのビジュアルは従来の働く環境を、右の明るいカラーのビジュアルで改善されて快適な状況をと明確に比較しています。経営者にとっても働く人にとっても重要な働く時間、ロケーション、そして空間を発想する富士通エフサス、職場革命のリーダーとして存在感ある旗手となった。

日本BtoB広告協会が認定するBtoBコミュニケーションのスペシャリスト

BMC広告マスター

Business Marketing Communication Master

広報・宣伝を中心としたBtoB企業活動の総合資格試験

資格認定試験

これがIT時代に対応した
「新専門家」の証し

2019年
3月3日(日)実施

受験申し込み 受付中

こんな知識が問われます

BBAA

［出題ジャンル］
■BtoBコミュニケーション概論
■BtoBコミュニケーションとクロスメディア
■新聞広告と雑誌広告
■ASICAモデルと企業購買システム
■売りに結びつくBtoBカタログ
■展示会マーケティング
■効果的なWebサイト構築とマーケティング
■BtoBデジタルマーケティングの実際
■アクセス解析
■企業におけるソーシャルメディア活用
■組織の中の人間行動とマーケティング
■広告（コミュニケーション）効果と効果測定
■効果的なクリエイティブを導くオリエンテーション
■見込み客の発掘と関係部門を納得させるプレゼン手法
■BtoBブランディング
■CSR活動とコーポレートコミュニケーション
■マーケティングリサーチ
■海外広告
■BtoBコミュニケーションとステークホルダー・マネジメント
■情報法令と広告責任 広告の危機管理
■企業における広報とコーポレートコミュニケーション戦略

BMC広告マスター（Business Marketing Communication Master）になると
あなたのビジネスが拡がります。

第19回（2019年） BMC広告マスター資格認定試験

◎試験日：平成31年3月3日（日） 東京、大阪会場とも
◎試験会場：東京＝日刊工業新聞社本社（東京都中央区日本橋小網町）
大阪＝日刊工業新聞社大阪支社（大阪市中央区北浜東）
◎受験資格：BtoB広告に関心のある社会人・学生
◎受験料：一般 16,200円（税込）、会員 10,800円（税込）、学生 5,400円（税込）　※再受験者は半額。
◎申込締切：平成31年2月20日（水） 当日消印有効

お問い合わせ・資料申し込み
一般社団法人 日本BtoB広告協会・資格試験係
http://www.bbaa.or.jp
〒103-0014　東京都中央区日本橋蛎殻町2-11-3
TEL. 03-5645-8852 / FAX. 03-5645-8853
E-Mail. office@bbaa.or.jp